

PENGARUH *COMMUNITY DEVELOPMENT* TERHADAP *CORPORATE IMAGE*

Iman Pirman Hidayat

Dosen Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi

Bambang Setiawan

Alumni Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi

ABSTRACT

Intention of this research is to know; 1) Social behaviour (Program Misykat as Community Development) Care Purse of Ummat Daarut Tauhiid (DPU DT) Branch Priangan Timur to vicinity area in executing the activities; 2) Social environmental impact (Corporate Image) to DPU DT Branch Priangan East to the activity and social performance; 3) Influence Community Development to Corporate Image at DPU DT Branch Priangan East. Research method applied is method survey, with data collecting technique; 1) Questionare, to get primary data; 2) Book study, and documentation study, to get secondary date. Withdrawal method of sample applies sampling method aksidental. Number of samples 57 responders, comes from urban community and Kabupaten Tasikmalaya becoming program partner Misykat DPU DT Branch Priangan East from population 132. Based on result obtained, there is influence 20,7 % from program Community Development to Corporate Image at DPU DT Branch Priangan East. As a whole included in good category.

Keyword ; Program Misykat as Community Development, and Corporate Image.

LATAR BELAKANG PENELITIAN

Akuntansi pertanggungjawaban sosial merupakan perluasan pertanggungjawaban organisasi perusahaan) di luar batas-batas akuntansi keuangan tradisional, yaitu menyediakan laporan keuangan tidak hanya kepada pemilik modal khususnya pemegang saham. Perluasan ini didasarkan pada anggapan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab yang lebih luas dan tidak sekedar mencari uang untuk para pemegang saham tetapi juga bertanggung jawab kepada seluruh *stakeholders*. Tujuan perusahaan tidak semata-mata hanya maksimalisasi laba untuk *shareholders*, tetapi perusahaan juga harus bertanggung jawab terhadap lingkungan di mana perusahaan itu berada. Tanggung jawab sosial dapat dalam bentuk yang

bersifat kemanusiaan atau pengembangan komunitas (*Community Development*).

Demikian pula yang terjadi dan yang dilakukan oleh Dompot Peduli Ummat Daarut Tauhiid (DPU DT) cabang Priangan Timur. Melalui *Community Development* dalam bentuk program Misykat yang dijalankan, DPU DT berusaha menunjukkan bentuk tanggung jawab sosialnya kepada warga masyarakat Kota dan Kabupaten Tasikmalaya yang menjadi daerah tempat berdirinya lembaga ini.

Berdasar latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis mengidentifikasi beberapa permasalahan antara lain;

1. Bagaimanakah perilaku sosial (*Community Development*) DPU DT Cabang Priangan Timur dalam

- melaksanakan aktivitas-aktivitasnya terhadap lingkungan sekitarnya?
2. Bagaimanakah dampak lingkungan sosial (*Corporate Image*) terhadap DPU DT Cabang Priangan Timur atas aktivitas dan kinerja sosialnya?
 3. Bagaimanakah pengaruh *Community Development* terhadap *Corporate Image* pada DPU DT Cabang Priangan Timur

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Akuntansi Sosial

Akuntansi sosial adalah metode untuk mengukur, menganalisa dan mempresentasikan hasil sosial dan masyarakat. Proses yang menyerupai pembukuan keuangan dan akuntansi merupakan dua proses yang sebenarnya baik untuk dilakukan secara paralel. Konsep yang digunakan dalam akuntansi sosial adalah menerapkan konsep akuntansi keuangan. (EQUAL Pengembangan Kemitraan Response; 2007).

Audit Sosial

Audit sosial merupakan sebuah proses bahwa sebuah organisasi dapat menilai dan mendemonstrasikan segi keuntungan sosial, ekonomi dan lingkungannya dan dengan segala keterbatasannya. Audit sosial adalah cara untuk mengukur keluasan untuk sebuah organisasi dapat hidup beraktivitas dan dapat berbagi nilai dan sasaran yang sudah disetujui bersama antar anggota organisasi dan juga dengan para *stakeholdernya*.

Pengertian Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (tanggung jawab sosial perusahaan) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggungjawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap

aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan (Hendrik Budi Untung, 2000: 1).

Sedangkan menurut Baker (2007), tanggung jawab sosial adalah bagaimana cara perusahaan mengelola proses bisnisnya untuk menghasilkan segala hal yang positif yang berpengaruh terhadap lingkungannya. Menurut Andi Firman (2007) tanggung jawab sosial adalah suatu konsep yang bermaterikan tanggung jawab sosial dan lingkungan oleh perusahaan kepada masyarakat luas, khususnya di wilayah perusahaan tersebut beroperasi.

Pengertian Community Development

Kegiatan *Community Development* yang dilaksanakan perusahaan akan meningkatkan keharmonisan perusahaan dengan masyarakat lokal. Hal ini terjadi karena adanya komunikasi yang lancar antara perusahaan dengan masyarakat. Untuk memperjelas pernyataan tersebut, dikutip salah satu definisi *Community Development* menurut Hendrik Budi Untung (2008:10);

“*Community Development* adalah tindakan yang dilakukan perusahaan untuk membuka dan memelihara saluran komunikasi antara perusahaan dengan kelompok masyarakat atau antar kelompok masyarakat”.

Menurut Arif Budimanta (2002:2) pengertian *Community Development*, sebagai berikut :

“*Community Development* adalah kegiatan yang diarahkan untuk memperbesar akses masyarakat untuk mencapai kondisi social ekonomi, budaya, yang lebih baik dibandingkan dengan sebelum adanya kegiatan, sehingga masyarakat menjadi mandiri dan kualitas kehidupan menjadi lebih baik”.

Untuk mengukur tingkat keberhasilan dari sebuah program

Community Development dapat dilihat dari beberapa-beberapa unsur dari *Community Development* menurut *Irwin T Sander* 2000, ada (4) komponen yang dapat dijadikan ukuran keberhasilan sebuah kegiatan *Community Development* (**Unsur-unsur Community Development**), yaitu :

a) *Proses*

Keberhasilan program kegiatan *Community Development* yang dilaksanakan oleh sebuah perusahaan dapat dilihat dari fenomena yang terjadi di komunitas yang menjadi tempat kegiatan *Community Development* perusahaan dilaksanakan adanya perubahan kondisi yang terjadi di masyarakat tersebut menjadi lebih maju. Baik dilihat dari sudut pandang sosial, ekonomi maupun psikologis.

b) *Metode*

Kegiatan *Community Development* yang dilaksanakan sebuah perusahaan, bisa disebut berhasil jika metode atau cara yang dilakukan oleh perusahaan dapat mencapai tujuan yang ingin dicapai dari kegiatan tersebut. Jadi, perkembangan dari suatu metode yang digunakan perusahaan dalam program *Community Development* harus dievaluasi dari waktu ke waktu.

c) *Program*

Program dalam kegiatan *Community Development* merupakan suatu kesatuan dengan prosedur. Program *Community Development* berisi bidang-bidang yang khusus seperti kesehatan, kesejahteraan, pendidikan dan lingkungan. Program *Community Development* ditekankan pada aktivitasnya. Jadi program *Community Development* di perusahaan tidak hanya bersifat insidental atau koordinasional tetapi tetap harus menjadi sebuah program yang rutin dilaksanakan.

d) *Movement*

Adanya peningkatan kualitas program *Community Development* yang diberikan kepada masyarakat, sehingga dampak yang dirasakan oleh

masyarakat lebih besar, maka program *Community Development* tersebut bisa dikatakan berhasil. Jadi, keefektifan Program *Community Development* harus terus di sesuaikan dengan keadaan atau kebutuhan masyarakat yang menjadi objek program sehingga tingkat kemanfaatannya bisa terus ditingkatkan.

Pengertian Corporate Image

Citra (*Image*) merupakan hasil evaluasi dalam diri seseorang berdasarkan pengertian dan pemahaman terhadap rangsangan yang telah diolah, diorganisasikan dan disimpan dalam benaknya. Akumulasi citra seseorang terhadap sesuatu objek dengan berbagai karakter aktivitas serta banyak objek tersebut.

Menurut *Yenni Mangoting* (2007) "Citra adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya". Sedangkan menurut *Kasali* (2004: 192) "Citra adalah kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan yang bersumber dari informasi".

Proses Pembentukan Citra

Citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau tentang kenyataan tentang sebuah objek. Untuk mengetahui citra seseorang terhadap sebuah objek dapat diketahui dari sikapnya terhadap objek tersebut. sedangkan semua sikap bersumber pada organisasi kognitif seseorang.

Solomon E Asch yang dikutip oleh *Jalaludin Rakhmat* (2002: 234).

"Semua sikap bersumber pada organisasi kognitif pada informasi dan pengetahuan yang dimiliki dan tidak akan ada teori sikap atau aksi sosial yang tidak didasarkan pada penyelidikan tentang dasar-dasar kognitifnya".

Pengaruh Community Development Terhadap Corporate Image

Persaingan bisnis dewasa ini dapat dikategorikan sebagai pertarungan pembentukan dan penjagaan image di mata masyarakat (konsumen). Citra perusahaan akan semakin baik jika hubungan perusahaan dengan masyarakat lokal lancar. Pelibatan masyarakat sekitar dalam perencanaan, pembangunan dan jalannya kegiatan perusahaan menjadi sangat penting. Karena pelibatan dengan cara-cara yang baik, dapat memunculkan pengertian masyarakat akan maksud dan tujuan dari perusahaan. Pelibatan masyarakat dalam perusahaan dimanifestasikan dalam kegiatan *Community Development*.

KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Akuntansi tidak hanya sebagai alat untuk menterjemahkan fenomena dalam bentuk ukuran moneter tetapi juga sebagai suatu metode menjelaskan bagaimana fenomena ekonomi itu berjalan dalam masyarakat. Hal ini yang mengakibatkan pergeseran yang lebih berorientasi sosial.

Informasi yang disediakan melalui proses akuntansi harus dapat mengungkapkan kenyataan secara adil. Artinya akuntansi tidak diperbolehkan mempunyai kepentingan-kepentingan tertentu yang akan menguntungkan pihak pembuat laporan tanpa berpedoman pada prinsip-prinsip akuntansi yang diterima secara umum (*generally accepted principles*). Oleh karena itu sikap independensi sangat diperlukan dalam penyajian informasi. Informasi yang benar, adil dan lengkap tidak akan mempunyai manfaat dalam pengambilan keputusan apabila disajikan tidak tepat pada waktunya sehingga hanya akan menjadi kedaluwarsa. Ketepatan waktu ini sangat dihargai, bukan hanya pada penyampaian informasi tetapi meliputi seluruh aktivitas yang dilakukannya.

Corporate Social Responsibility merupakan proses penting dalam

pengaturan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan kegiatan bisnis dari manajemen untuk *stakeholders* baik secara internal (karyawan, *shareholders*) maupun eksternal (pemerintah, masyarakat lokal, pelanggan dan *suppliers*).

Dari konsep CSR ada yang disebut *Community Development (CD)*, sebagai bagian dari *Corporate Social Responsibility* yang bergerak pada pengembangan masyarakat yang bersifat aktif, berkelanjutan dan dua arah.

Memaksimalkan kemampuan atau *empowerment* sumberdaya yang ada pada masyarakat untuk berusaha dan mandiri. Juga adanya partisipatif (peran aktif dari pihak yang terkait), sehingga tercipta keswadayaan atau kemandirian di masyarakat setelah program pemberdayaan selesai.

Program perusahaan pengembangan masyarakat (*Community Development*) selain akan menciptakan masyarakat yang mandiri juga akan sangat efektif bagi pembentukan citra perusahaan (*Corporate Image*). Jadi kegiatan *Community Development* diharapkan dapat mencapai tujuan perusahaan yang salah satunya agar citra perusahaan terpelihara atau meningkat di masyarakat khususnya konsumen.

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan, dapat diambil suatu hipotesis sebagai berikut; bahwa terdapat pengaruh *Community Development* terhadap *Corporate Image* pada DPU DT Cabang Priangan Timur.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode survey. Menurut Masri Singarimbun (2007: 5), metode survey adalah;

“Salah satu metode penelitian yang menitikberatkan kepada penelitian hubungan relasional yaitu mempelajari hubungan variable-veriabel yang diselidiki, pada umumnya penelitian ini menggunakan sampel yang mewakili dari

seluruh populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok”.

dua variable, yaitu Community Development sebagai variable bebas (X) dan Corporate Image sebagai variable terikat (Y).

Operasional Variabel

Variabel-variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini terdiri dari

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Satuan	Skala
Community Development (Variabel X)	Upaya pemberdayaan yang dilakukan DPU DT untuk mendukung kesejahteraan dan kemandirian masyarakat secara berkelanjutan. (Mochtar Kusumaatmaja, 2002: 88)	- Process - Methode - Program - Movement	Skor	Ordinal
Corporate Image (Variabel Y)	Kesan yang diperoleh sesuai dengan pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap DPU DT. (Buchari Alma, 2000: 302)	- Penerimaan informasi - Pemahaman informasi - Penyimpanan informasi - Pemakaian informasi	Skor	Ordinal

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini ada beberapa jenis data, diantaranya adalah;

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh peneliti secara langsung dari objek yang diteliti.
2. Data Sekunder, yaitu data yang diambil oleh peneliti dari pihak lain maupun pihak DPU DT Cabang Priangan Timur.

Populasi Sasaran

Yang menjadi objek/populasi sasaran dalam penelitian ini adalah warga masyarakat wilayah Kota dan Kabupaten Tasikmalaya; Dadaha, Padasuka, Kotabaru Cibeureum, Ciamis dan Singaparna, yang merupakan kelompok misykat program *Community Development* DPU DT Cabang Priangan Timur, dengan jumlah populasi 132 orang.

Penentuan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang dipergunakan adalah sampling aksidental, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dipergunakan sebagai sampel, bila orang

tersebut dipandang cocok sebagai sumber data/responden. (Sugiono, 2001: 115)

Untuk menentukan ukuran sampel, maka digunakan rumus sebagai berikut;

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1} \quad (\text{Jalaludin Rahmat, 1993: 35})$$

Keterangan :

- n = ukuran sampel
- N = ukuran populasi
- d = standar error (10%)

Perhitungan :

$$n = \frac{132}{132(0.1)^2 + 1} = 56.89 \rightarrow 57 \text{ (hasil pembulatan)}$$

Dari hasil perhitungan ukuran sampel di atas, maka ditentukan ukuran sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 57 orang responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan *Community Development* di DPU DT Cabang Priangan Timur

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Community Development* terhadap *Corporate Image* di Dompot Peduli Ummat Daarut Tauhiid (DPU DT) Cabang Priangan Timur. Kegiatan/program *Community Development* yang dilaksanakan DPU DT terdiri dari 4 program besar, diantaranya adalah program pemberdayaan ekonomi produktif, program pendidikan, program da'wah sosial, dan program bantuan kemanusiaan, sebagaimana yang telah dijelaskan pada bab 3. Selanjutnya penelitian ini lebih difokuskan pada salah satu bagian dari program *Community Development* yang menjadi salah satu program unggulan DPU DT yaitu program Microfinance Syariah Berbasis Masyarakat (Misykat) yang merupakan bagian dari jenis program pemberdayaan ekonomi produktif.

Misykat memprioritaskan pada perubahan karakter agar menjadi lebih baik. Sebab peningkatan kesejahteraan ekonomi adalah salah satu dampak perbaikan karakter, sehingga Misykat menekankan aspek pendidikan untuk anggotanya. Aktivitas utama dalam Misykat ada enam; *pertama*, pembinaan rutin kelompok sepekan sekali. Pembinaan pekanan difokuskan pada bidang agama, wirausaha, ekonomi rumah tangga dan syari'ah. *Kedua*, menabung; *ketiga*, pinjaman; *keempat*, pengembangan jaringan pemasaran; *kelima*, pelatihan usaha dan keterampilan; dan *keenam*, keorganisasian seperti rapat penyusunan program.

Pendanaan program Misykat bersumber dari Zakat, Infak, dan Sodaqoh. Khusus dana yang berasal dari infak dan sodaqoh terdapat pengecualian dalam menetapkan besarnya. Karena disesuaikan dengan kerelaan dari pihak

perusahaan dalam mensponsori setiap kegiatan khusus yang dilaksanakan oleh program Misykat. Dana operasional berasal dari pendapatan ZISWA (Zakat, Infak, Sodaqoh, dan Wakaf) DPU DT, sehingga tidak mengganggu modal untuk menjalankan program Misykat.

Bentuk permodalan yang digulirkan berupa pinjaman lunak (Qardhulhasan/pinjaman tanpa bunga dan agunan). Agunan hanya berupa kehadiran mitra (anggota program Misykat) dalam menghadiri pertemuan pekanan yang telah disepakati.

Untuk mengetahui pengaruh *Community Development* terhadap *Corporate Image* DPU DT Cabang Priangan Timur, maka dilakukan penelitian terhadap masyarakat Kota dan Kabupaten Tasikmalaya yang menjadi mitra/kelompok Misykat program *Community Development* yang dilaksanakan oleh DPU DT Cabang Priangan Timur. Sampel yang dipergunakan sebanyak 57 responden.

Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap variable yang diteliti, maka diperlukan data yang akan diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 57 responden. Kuesioner tersebut berisi pernyataan yang berkaitan dengan *Community Development* dan *Corporate Image*. Sehingga klasifikasi penilaiannya adalah sebagai berikut;

Nilai tertinggi setiap indikator : $57 \times 5 = 285$

Nilai terendah setiap indikator : $57 \times 1 = 57$

Jumlah kriteria pernyataan : 5

Maka untuk nilai NJI nya adalah :

$$NJI = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

$$NJI = \frac{285 - 57}{5} = 46$$

Klasifikasi penilaian untuk setiap indikator adalah sebagai berikut;

- Nilai 241 - 285: sangat baik
- Nilai 195 - 240: baik
- Nilai 149 - 194: cukup baik
- Nilai 103 - 148: buruk
- Nilai 57 - 102: sangat buruk

Untuk mengetahui tanggapan masyarakat yang menjadi mitra/kelompok Misykat program *Community Development* DPU DT Cabang Priangan Timur, maka diajukan pernyataan-pernyataan yang telah dikembangkan dari indikator *Community Development* yaitu *Process, Methode, Program, dan Movement*.

Untuk mengetahui kriteria penilaian secara keseluruhan, dapat dihitung sebagai berikut;

- Nilai tertinggi secara keseluruhan: $57 \times 5 \times 8 = 2280$
- Nilai terendah secara keseluruhan: $57 \times 1 \times 8 = 465$
- Maka untuk nilai NJI nya adalah :

$$NJI = \frac{2280 - 465}{5} = 363$$

Klasifikasi penilaiannya adalah sebagai berikut;

- Nilai 1917 - 2279 : sangat baik
- Nilai 1554 - 1916 : baik
- Nilai 1191 - 1553 : cukup baik
- Nilai 828 - 1190 : buruk
- Nilai 465 - 827 : sangat buruk

Table 4.1 Rekapitulasi Hasil Kuesioner Variabel X (*Community Development*)

No (1)	Uraian (2)	Skor Yang Ditargetkan (3)	Skor Yang Dicapai (4)	Klasifikasi Penilaian (5)
1	Budaya pola hidup hemat dan menabung objek semakin baik	$57 \times 5 = 285$	235	Baik
2	Adanya peningkatan penghasilan ekonomi rumah tangga objek	$57 \times 5 = 285$	209	Baik
3	Pembinaan masyarakat/ program Misykat DPU DT dilakukan secara rutin setiap pekan	$57 \times 5 = 285$	218	Baik
4	Pembinaan masyarakat/ program Misykat DPU DT sudah menjadi kebutuhan bagi objek	$57 \times 5 = 285$	210	Baik
5	Objek mendapatkan bantuan dana bergulir dengan mudah dan menguntungkan	$57 \times 5 = 285$	229	Baik
6	Akses jaringan, skill (keterampilan), dan usaha objek semakin baik	$57 \times 5 = 285$	193	Cukup Baik
7	Pembinaan masyarakat/ program Misykat DPU DT membantu objek memiliki usaha mandiri	$57 \times 5 = 285$	214	Baik
8	Dengan pembinaan masyarakat/program Misykat DPU DT mengubah objek dari <i>mustahik</i> menjadi <i>muzaki</i>	$57 \times 5 = 285$	197	Baik
Jumlah		2280	1705	Baik

Dari hasil rekapitulasi pada kuesioner variable X (*Community Development*) diperoleh skor secara keseluruhan sebesar 1705 artinya tanggapan masyarakat yang menjadi mitra program *Community Development* (Misykat) DPU DT termasuk dalam kategori baik. Hal ini dapat diartikan

bahwa *Community Development* (Misykat) DPU DT telah berhasil dilihat dari semua indikator yang telah ditetapkan, yaitu memenuhi unsure *Process, Method, Program, dan Movement*.

Corporate Image DPU DT Cabang Priangan Timur

Untuk mengetahui *Corporate Image* DPU DT cabang Priangan Timur disebarakan kuesioner yang berisi pernyataan-pernyataan yang dikembangkan dari indikator-indikator *Corporate Image* yaitu Penerimaan, Pemahaman, Penyimpanan, dan Pemakaian Informasi.

Untuk mengetahui kriteria penilaian secara keseluruhan, dapat dihitung sebagai berikut;

Nilai tertinggi secara keseluruhan : $57 \times 5 \times 8 = 2280$

Nilai terendah secara keseluruhan ; $57 \times 1 \times 8 = 465$
Maka untuk nilai NJI nya adalah :

$$NJI = \frac{280 - 465}{5} = 363$$

Klasifikasi penilaiannya adalah sebagai berikut;

Nilai	1917 - 2279	:	sangat baik
Nilai	1554 - 1916	:	baik
Nilai	1191 - 1553	:	cukup baik
Nilai	828 - 1190	:	buruk
Nilai	465 - 827	:	sangat buruk

Table 4.2
Rekapitulasi Hasil Kuesioner Variabel Y (*Corporate Image*)

No (1)	Uraian (2)	Skor Yang Ditargetkan (3)	Skor Yang Dicapai (4)	Klasifikasi Penilaian (5)
1	DPU DT merupakan Lembaga Amil Zakat Nasional yang sudah tidak asing	$57 \times 5 = 285$	217	Baik
2	Misykat merupakan program DPU DT yang objek banggakan	$57 \times 5 = 285$	214	Baik
3	Dana bergulir/pemberian pinjaman melalui program Misykat DPU DT	$57 \times 5 = 285$	238	Baik
4	menjalankan sistem ekonomi syari'ah Kegiatan pembinaan masyarakat/program Misykat DPU DT	$57 \times 5 = 285$	256	Sangat Baik
5	merupakan ancaman bagi keamanan dan ketentraman hidup	$57 \times 5 = 285$	204	Baik
6	Objek mengetahui betul keberadaan dan peranan DPU DT bagi kesejahteraan masyarakat	$57 \times 5 = 285$	227	Baik
7	Objek merasa rugi bila tidak dapat bergabung dan mengikuti program Misykat DPU DT	$57 \times 5 = 285$	218	Baik
8	Program Misykat DPU DT merupakan solusi atas permasalahan ekonomi keluarga	$57 \times 5 = 285$	245	Sangat Baik
	Prosedur pembinaan masyarakat DPU DT terlalu rumit sehingga membingungkan objek	$57 \times 5 = 285$		
Jumlah		2280	1819	Baik

Dari hasil rekapitulasi pada kuesioner variable Y (*Corporate Image*) diperoleh skor secara keseluruhan sebesar 1819 artinya bahwa citra DPU DT termasuk dalam kategori baik. Hal ini dapat diartikan bahwa *Corporate Image* DPU DT telah memenuhi indikator Penerimaan Informasi, Pemahaman

Informasi, Penyimpanan Informasi, dan Pemakaian Informasi.

Pengaruh *Community Development* Terhadap *Corporate Image* di DPU DT Cabang Priangan Timur

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel yang diteliti variable *Community Development* dan variable

Corporate Image pada Dompot Peduli Ummat Daarut Tauhiid (DPU DT) cabang Priangan Timur, maka disebarakan kuesioner kepada 57 responden. Sampel yang dipergunakan diambil dari populasi masyarakat Kota dan Kabupaten Tasikmalaya yang menjadi mitra program *Community Development* DPU DT cabang Priangan Timur. Kuesioner yang disebarakan berisi 8 (delapan) pernyataan untuk tiap variabel yang diteliti.

Variabel yang diteliti berskala ordinal, sehingga untuk merubahnya menjadi skala interval dipergunakan *successive method*. Berdasarkan hasil perhitungan SPSS (terlampir) diperoleh nilai R sebesar 0.455 dan nilai R Square (R^2) sebesar 0.207. Nilai R Square dapat disebut koefisien determinasi yang menunjukkan bahwa besarnya pengaruh program *Community Development* terhadap *Corporate Image* DPU DT sebesar 20.7 %, sedangkan sisanya sebesar 79.3 % merupakan pengaruh faktor-faktor lain seperti prestasi lembaga dan publikasi melalui media informasi.

Dari hasil uji statistik diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3.789, dengan $\alpha = 0.65$, dan $dk = n - 1$ ($57 - 2 = 55$), diperoleh t_{tabel} sebesar 2.042, maka $t_{hitung} > t_{tabel}$. Dengan demikian, hipotesis yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *Community Development* terhadap *Corporate Image*, dapat dibuktikan.

Corporate Image yang dicapai oleh DPU DT sangat berpengaruh terhadap kelangsungan aktivitas lembaga. Jika citra lembaga baik, maka jaminan keberlangsungan kinerja/usaha akan semakin besar. Karena adanya rasa saling memiliki (*sense of belonging*) masyarakat sekitar dan adanya simpati dari masyarakat (mitra) kepada DPU DT. Citra baik yang dimiliki oleh DPU DT banyak dipengaruhi oleh pelaksanaan program Misykat terhadap masyarakat Kota dan Kabupaten Tasikmalaya. *Corporate Image* DPU DT yang

terbentuk di masyarakat akan menjadi sebuah opini publik

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Terdapat pengaruh yang signifikan atas pelaksanaan *Community Development* terhadap *Corporate Image* Dompot Peduli Ummat Daarut Tauhiid Cabang Priangan Timur. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis koefisien determinasi yang dihasilkan dari penelitian yang telah dilaksanakan. Dengan tingkat pengaruh yang besar, menunjukkan bahwa program Misykat yang dilaksanakan DPU DT telah berhasil dilihat dari segi pemasaran, dan pembentukan opini publik yang baik.

Bahwa *Community Development* cenderung memberikan pengaruh yang baik atas *Corporate Image*. Ini dapat diartikan bahwa tidak selalu *Corporate Image* yang baik dipengaruhi oleh *Community Development*. Untuk mendapatkan *Corporate Image* yang baik dapat juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti publikasi media yang menarik, dan atau pencitraan itu memang sudah baik seiring dengan kinerja atas suatu operasionalisasi yang dijalankan. Seperti lembaga sosial yang menangani kasus bencana alam.

Saran

Dompot Peduli Ummat Daarut Tauhiid harus dapat mengevaluasi, dan memperhatikan mitra program Misykatnya yang berkaitan dengan salah satu Misi program yaitu meningkatkan akses jaringan, keterampilan dan usaha anggota, yang ternyata belum mencapai target tujuan. Hal ini dibuktikan melalui hasil penyebaran kuesioner yang berkaitan khusus mengenai pernyataan akses jaringan, keterampilan dan usaha anggota, mendapatkan klasifikasi penilaian cukup baik. Ini membuktikan

bahwa misi lembaga yang satu ini belum terwujud dengan baik.

Dari hasil skor atas pernyataan *Corporate Image* yang masuk dalam kategori baik, maka Dompot Peduli Ummat Daarut Tauhiid harus dapat mempertahankan pencitraan yang baik. Yaitu dengan cara senantiasa dapat meningkatkan pelayanan (kedisiplinan, keramahan, profesionalisme, dan transparansi) masyarakat yang lebih baik lagi. Karena jika hal tersebut tidak diindahkan, maka tidak menutup kemungkinan masyarakat yang menjadi mitra dalam program Misykat akan merasakan ketidaknyamanan dan jika hal ini berlangsung lama berakibat pada keluarnya anggota dari program. Sehingga pencitraan yang mulanya baik, akan berangsur pudar dan berubah menjadi pencitraan yang buruk. Jika pencitraan telah buruk, maka usaha DPU DT untuk dapat memikat hati masyarakat akan semakin sulit dan berakibat fatal pada terhentinya kinerja usaha kelembagaan/keberlangsungan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Aep Saepudin. 2007. *Pengaruh Community Development terhadap Corporate Image PT. Dahana (Persero) Tasikmalaya*. Tasikmalaya: Universitas Siliwangi.
- Apan Ependi. 2007. *Hubungan Pendayagunaan Zakat dengan Peningkatan Pendapatan Mustahik*. Tasikmalaya: Universitas Siliwangi.
- Bambang Rudito. 2007. *Audit Sosial*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Buttle, Francis. 2007. *Customer Relationship Management*. Indonesia: Bayumedia Publishing.
- Djaslim Saladin. 1999. *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan*. Bandung: Linda Karya.
- Dompot Peduli Ummat. 2007. *Profile DPU DT*. Bandung: Dompot Peduli Ummat.
- Estes, Ralph. 1975. *Corporate Social Accounting*. Kansas: Quorum Books.
- Forum Zakat. 2006. *Laporan Pertanggungjawaban Pengurus Forum Zakat*. Jakarta: Asosiasi Organisasi Pengelola Zakat Indonesia.
- Foster, Timothy. 2001. *101 Cara Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Hendrik Budi Untung. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Iman Sutrisno. 2008. *Pengaruh Simpanan Pokok dan Simpanan Sukarela terhadap Perolehan Sisa Hasil Usaha*. Tasikmalaya: Universitas Siliwangi.
- Kuswadi. 2008. *Pencatatan Keuangan Usaha Dagang*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Mangoting, Yenni. 2007. *Biaya Tanggung Jawab Sosial Sebagai Tax Benefit*. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Mardiasmo. 2002. *Akuntansi Sektor Publik*. Yogyakarta: Andi.
- Mulyadi. 2001. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.